

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СПІЧРАЙТИНГУ

Тема 1. Предмет і завдання навчальної дисципліни «Спічрайтинг та риторика».

Зміст.

- 1.1. Предмет і завдання курсу "Спічрайтинг та риторика".
- 1.2. Базові поняття сучасної риторики
- 1.3. Основні етапи розвитку риторики як основи спічрайтингу.

Ключові слова: риторична майстерність, риторичний канон, ораторія, комунікативна компетенція

1.1. Предмет і завдання курсу "Спічрайтинг та риторика".

Метою і завданням навчальної дисципліни: "Спічрайтинг" є:

- усвідомлення студентами місця спічрайтингу в системі підготовки фахівця з документознавства та інформаційної діяльності й аналітика;
- визначення ролі публічних виступів у процесі формування маркетингових позицій суб'єкта соціальних комунікацій;
- ознайомлення з історією становлення і розвитку науки риторики і ораторського мистецтва;
- вивчення законів публічного мовлення;
- усвідомлення психологічних засад діяльності спічрайтера й оратора;
- усвідомлення соціологічних засад діяльності спічрайтера й оратора;
- ознайомлення з основними засобами переконання та здійснення вербального впливу на аудиторію;
- ознайомлення з основними засобами здійснення невербального впливу на аудиторію;
- ознайомлення з композицією промови;
- ознайомлення зі специфікою підготовки різних видів промов за обставинами виголошення промови;
- ознайомлення зі специфікою підготовки різних видів промов за їхніми психологічними мотивами;
- ознайомлення зі специфікою підготовки різних видів промов за сферою і цільовим спрямуванням;

- підготовка до практичного спічрайтингу;
- вироблення практичних професійних навичок в галузі спічрайтингу.

Завдання навчальної дисципліни:

- засвоєння студентами теоретичних знань із загальної теорії комунікацій та підготовки і здійснення публічних промов;
- вивчення студентами зразків публічних виступів суспільно- політичних діячів;
- науковий аналіз вище названих виступів, використання їх позитивних моментів у власній спічрайтерській практиці та уникнення негативних рис;
- виконання студентами практичних завдань із підготовки, написання та виголошення публічних промов.

Для реалізації поставленої мети й завдань студенти повинні отримати комплекс знань із дисципліни «Спічрайтинг». Програма передбачає теми, вивчення яких є необхідним для оволодіння сукупністю знань та вмій.

Предмет навчальної дисципліни “Спічрайтинг” теорія і практика підготовки усних публічних виступів для різних сфер діяльності.

1.2. Базові поняття сучасної риторики

Базові поняття сучасної риторики.

Спічрайтинг – (англ. «Speechwriting» написання промови). Це специфічна PR- технологія, яка представлена у вигляді підготовки та написання PR-тексту, що призначений для усного виголошення.

Спічрайтер – особа, яка займається створенням текстів, які виголошуватиме інший промовець.

Види спічрайтингу: діловий та політичний.

Під *політичним спічрайтингом* мається на увазі написання промов для лідерів політичних партій, окремих організацій та політичних сил.

Діловий спічрайтинг призначений для керівників під час виголошення промови на закритті та відкритті компанії, церемонії вручення нагород, зустрічах із партнерами.

Специфіка роботи спічрайтера полягає в тому, що ця професія «сірих кардиналів»: спічрайтери завжди в тіні, непомітні для громадськості. Особисті риси спічрайтера:

- гуманітарій за складом розуму;
- вміє виразно висловлювати власні та чужі думки;
- добре пише, має власні публікації;
- не боїться брати на себе відповідальність

Копірайтинг (копірайтер) – (англ. *copywriting* — це сполучення слів «сору» — рукопис, текстовий матеріал та «writing» — написання) — професійна діяльність, написання рекламних і презентаційних текстів (реклама (пряма або прихована) товару, компанії, послуги тощо), «письменник

рекламних і пропагандистських текстів» (a writer of advertising or publicity copy).

Рерайтинг (рерайтер)_від англ. *rewriting*) — переписування чужого тексту своїми словами. Фахівців, що лексично змінюють оригінальні тексти, називають рерайтерами. Рерайтинг використовується, по-перше, для того щоб уникнути звинувачень в порушенні авторського права шляхом зміни початкового тексту до рівня оригінального тексту. Послуга затребувана в умовах численного наповнення інтернету новими сайтами та наповнення контентом вже наявних сайтів. Рерайтери пропонують свої послуги за допомогою спеціалізованих бірж статей.

Спічрайтери, на відміну від копірайтерів, створюють аналітичні матеріали, розраховані не для конкретного рекламування або PR-просування, а ***для роботи з аудиторією, популяризації теми, пояснення тих чи інших фактів і подій перед великою кількістю осіб. Вони повинні тонко відчувати як аудиторію, так і ту людину, яка буде виголошувати створений текст.***

Сьогодні основна мета спічрайтера – допомогти окремим особистостям, підприємствам або організаціям правильно спілкуватися зі своєю аудиторією, знаходити з нею спільну мову та формувати лояльне ставлення до себе, адже від цього залежить позитивний імідж.

Ця сфера діяльності вимагає від фахівців:

- освоєння навичок публічного виступу,
- засвоєння алгоритму підготовки,
- написання й проголошення основних тез публічного виступу.

1.3. Основні етапи розвитку риторики як основи спічрайтингу

Родоначальницею спічрайтингу є риторика (і по сьогоднішній день ці мистецтва доповнюють і взаємообумовлюють один одного). Спічрайтинг як самостійна технологія політичного консультування сформувалася в ХХ ст. і не має систематизованої теоретичної бази.

До того, як з'явилися опитування, пряма поштова розсилка і фокус-групи, до того, як стали створюватися тридцяти секундні телевізійні ролики і виділятися цільові групи виборців, політики виголошували промови і наймали експертів для їх підготовки.

Першими відомими спічрайтерами були Коракас і Тісій, двоє кмітливих афінян, що жили в V ст. до н.е. Коракас був основоположником античної риторики і відкрив школу красномовства в Сіракузах. Його знаменита теза: «Красномовство - це служниця переконання». Перший хто поділив ораторську мову на частини:

- вступ,

- виклад теми з обґрунтуванням її тез,
- завершення.

Коракс і Тісій усвідомили які перед ними відкрилися можливості, так як ораторське мистецтво набувало все більшого значення в Стародавній Греції. Коли люди стали виступати - на церемоніях, в законодавчих зборах і судах, **з'явилася необхідність в професійно написаних промовах.**

Стародавні спічрайтери називалися «софістами», тобто «носіями мудрості». Вони створювали школи, де навчали юнаків різних наук і мистецтв, головне з яких - **мистецтво формулювати і відстоювати в суперечці свою думку з тих чи інших питань філософії.**

Софісти в основу своїх промов брали теми:

- про будову світу,
- про людину і суспільство,
- про музику і поезію.

Ці міркування часто були парадоксальними, але головним для софістів було – це логічна побудова. Об'єктивні істини вони не сприймали. **Софісти незабаром почали навчати своїй майстерності - мистецтву риторики громадських діячів** і створили підґрунтя для появи навчань Сократа, Платона і Аристотеля, які внесли великий вклад в розвиток спічрайтингу.

Сократ особливу увагу приділяв розробці методу пізнання, який полягав в бесіді. Філософ прагнув **в аргументах співрозмовника виявити протиріччя, які доводили б неспроможність його позиції.** До аргументів співрозмовника необхідно ставитися з іронією і тоді в суперечці народжується істина. Це стало **основою філософської діалектики**, яка полягає в **зіставленні різних аргументів і контраргументів** за рішенням будь-якого питання.

Риторика увійшла в «сім вільних наук», а саме в **тривиум - риторика, граматики і діалектика.**

Тріумф риторики продовжився в **епоху Ренесансу, коли заново був відкритий трактат Квінтіліана.** В цей же час **Ніколо Макіавеллі створює філософію політики, політичних ігор і ораторського мистецтва.** Епоха народжує таких знаменитих ораторів, як:

- Гаспаріні Барціце, який написав працю «Про композиції»,
- Лоренцо Валла «Краси латинської мови» тощо.

Спічрайтерство бере початок із Стародавньої Греції, де люди, що займалися цим заняттям називалися **«логографами».** **Вони писали тексти підсудним, щоб ті виступали з ними в суді.** Тоді обвинувачувані повинні були захищатися самостійно. Деякі люди не були видатними ораторами, тому собі на допомогу вони кликали **логографів** які:

- **добирали слова,**
- **темп виголошення,**
- **будували текст під оратора так, щоб присяжні йому повірили й винесли вирок на його користь.**

Писемна комунікація на той час була **атрибутом влади** (постанови й рішення якої розміщувалися на стінах храмів, стелах і обелісках) і торговельного співтовариства (реклама на продукції, написи на будинках тощо). Але навіть у цих сферах значно більшого поширення в Греції набула **усна комунікація**:

- діяльність глашатаїв,
- публічні виступи,
- зазивання тощо.

Отже, саме в Греції розвивається риторика, яку можна вважати родоначальницею спічрайтингу. Слід зазначити, що давньогрецькі оратори-логографи (укладачі текстів) і риторичні (промовці), так само як і сучасні спічрайтери, користувалися великою популярністю.

У V ст. з'явилися перші професійні вчителі ораторського мистецтва софісти, що обіцяли за короткий термін зробити з будь-кого першокласного оратора. Деякі з них відомі й сьогодні як видатні філософи свого часу, наприклад, Протагор. Інші філософи нерідко критикували софістів за те, що вони навчають за гроші (за свої уроки вони брали велику винагороду й дуже часто були заможними людьми), але критиками були такі діячі, як Платон, який сам був багатомовною людиною й не розумів необхідності менш заможних філософів заробляти на життя. Втім, діяльність софістів зводилася переважно до численних прикладів промов (найчастіше вигаданих) “на всі випадки життя”. Слід зазначити, що подібний підхід до створення текстів публічних промов використовується й багатьма сучасними PR-агентствами.

На відміну від софістів, Платон спробував виявити **загальні закономірності складання промов**, надаючи цьому чимало місця у своїх творах. Однак найбільш видатним теоретиком ораторського мистецтва в Греції слід визнати Аристотеля, автора трактату “Риторика”. Значну увагу він приділяв мові виступів, необхідності пристосовувати промову до різних аудиторій та методам переконання. **Аристотель виділив у процесі спілкування три складові**:

- етос (природа і якості відправника),
- логос (природа, структура й зміст послання),
- пафос (природа, почуття та думки одержувача/аудиторії).

Таким чином, можна вважати, що саме в Греції з'являються спеціальні роботи, які заклали **фундамент теорії спічрайтингу**. Не менший авторитет, ніж теоретики, мали в Греції й оратори-практики. Логографи й риторичні VI–IV ст. Антифонт, Андокід, Лісій, Ісократ, Лікурґ, Демосфен, Динарх користувалися, мабуть, не меншою популярністю, ніж знамениті політики Пізістрат, Клісфен, Перикл (які, до речі, також були професійними ораторами).

Найвідомішим серед них є **Демосфен**, який **був не тільки оратором, а й впливовим політичним діячем**. Головним внеском Демосфена у справу

риторики та спічрайтингу стало **використання розмовної лексики** (але без вульгаризмів) в офіційних виступах, розроблення прийомів утримання уваги аудиторії та раціональна комбінація емоційного впливу й логічних доводів у тексті публічної промови.

Завдяки теоретикам і практикам ораторського мистецтва в Греції сформувався образ оратора як представника не тільки престижної професії, але й “вільного мистецтва”. Оратори користувалися досить високою повагою й брали значні гонорари за свої послуги або виступи. Красномовство вважалося одним з головних достоїнств політичних діячів і правителів, у тому числі навіть спадкоємних монархів. Не випадково, коли Аристотель був запрошений учителем до Олександра Македонського, риторика стала одним із головних предметів у навчанні царевича.

Прийоми комунікації в **римлян** вважаються більш прямолінійними та “бідними” порівняно із грецькими. Практичні римляни, використовуючи досвід греків, приділили максимум уваги суто прикладним аспектам комунікаційної діяльності, цілком відкинувши все те, що робило її в очах греків “вільним мистецтвом”.

У Римі, життя громадян якого можна вважати постійною політичною боротьбою, комунікація була скоріше **сукупністю прийомів і методів**, а не предметом для самостійного теоретичного вивчення.

Так, у Давньому Римі не було логографів і риторів, якими славилася Греція. Усі діячі, про ораторське мистецтво яких нам відомо, були, у першу чергу, політиками, для яких ораторське мистецтво було лише інструментом. **Для політика ораторське мистецтво було обов’язковим професійним умінням**: історики повідомляють про красномовство Луція Корнелія Сулли, Юлія Цезаря, Октавіана Августа, Адріана, Юліана. Відступника й інших правителів як про щось цілком природне у іншому випадку ці діячі просто б не стали правителями.

Суто прикладний аспект мали праці, наприклад, римського ритора I ст. н. е. **Квінтіліана**, що є автором 12-томної праці про ораторське мистецтво. Він вважав, що **про ту чи іншу подію або вчинок можна судити, якщо про цю подію або вчинок відома відповідь на такі сім питань**:

- хто? що зробив?
- де?
- якими засобами?
- навіщо?
- яким чином?
- коли?.

Щоб передбачивши, таким чином, методика **створення сучасних прес-релізів метод “перевернутої піраміди”**.

Особливе місце займали в давньоримській комунікації публічні читання, які із часів Августа влаштовувалися постійно й проходили

відповідно до заздалегідь розробленого сценарію. Були навіть спеціальні вчителі, що навчали правил публічного читання. Так, авторові-промовцєві належало:

- виказувати зніяковілість перед виступом,
- після кожного розділу вмовкати доти, поки слухачі не почнуть просити його продовжувати.

Більше того, існували особливі правила декламації, використання міміки й жестикуляції, дотримання необхідної гучності читання тощо.

Спічрайтинг як самостійна технологія політичного консультування сформувалася в ХХ ст. й досі не має систематизованої теоретичної бази. У другій половині ХХ ст. відбувається становлення спічрайтингу як однієї з базових ланок ораторського мистецтва.

У ХХ ст. інформація стала використовуватися як ресурс. Міркування про те, що слова це простий струс повітря, в інформаційному столітті виявилися неправильними.

Але перші радянські вожді найчастіше писали самі. Знаменитий мітинговий оратор Ленін всі мови писав самостійно. Його ораторська специфіка - сугуба практична спрямованість промов. Риторичне кредо: «Коли я виступаю, то весь час думаю про тих, хто мене слухає, тому я прагну говорити для них, знати їх і розуміти, маючи кінцевою метою завоювати їх абсолютну довіру».

Інший радянський вождь, І. В. Сталін, користується мистецтвом урочистого красномовства. Всі його промови написані з позиції сили і є вираженням диктаторського величчя, тому передбачається, що вождь писав самостійно, через маніакальну недовіру поплічникам.

У післявоєнний період виступи керівників не висловлювали особистої думки. Вони містили думку колективу. *Роботою над підготовкою виступів займалися працівники апарату.* Найчастіше ці функції виконували помічники відповідного керівника. Але і у них власне спічрайтерські і апаратні функції були тісно переплетені.

Вони не стільки писали самі, скільки формували групи людей, які здатні запропонувати нові ідеї в руслі генеральної лінії КПРС і подати їх в зручній мовній формі: будь то текст доповіді, виступи або інтерв'ю журналістам. Ситуація починає змінюватися при Л. І. Брежнєва. *Помічники наймають молодих і творчих людей, видаючи їх ідеї за свої* (так званих «негрів»). Ця традиція актуальна і в наш час і є частково професійною необхідністю спічрайтерів. Доля цієї професії - бути в тіні і давати подобу «клятви Гіппократа» свого клієнта.

У наш час дійсність пред'являє більш високі вимоги до політичних лідерів, і їх публічні виступи набувають іншого статусу. Політична культура - це невід'ємна частина демократичного суспільства і в сучасній політичній сфері спостерігається тенденція «надолужити згаяне». *На відміну від західних*

політичних лідерів, вітчизняні політики не навчалися ораторському мистецтву і їх промови були ситуативні. Це ускладнювало політичний процес і призвело до розуміння необхідності реформації.

У наш час стала зрозуміла **об'єктивна роль мовленнєвих технологій і конструктивна роль слова в житті суспільства**. Наразі в суспільстві ситуація склалася така, що вдала метафора здатна змінити життя скоріше, ніж зусилля м'язів. Це доводить вирішальний успіх риторики й спічрайтингу. Адже в інформаційному суспільстві люди більшою мірою живуть у світі слів, ніж у світі речей.

Сьогодні “спічрайтинг” - це професія для балакучих. Важливу роль у роботі фахівця цієї галузі відіграють:

- знання психології,
- уміння інтуїтивно відчувати й уловити тон,
- зрозуміти манеру та стильові особливості мови людини, для якої він пише.

Можна скласти чудовий текст, цікавий і бездоганний з погляду мовних норм, але який абсолютно не відповідає характерним рисам мови й іміджу спікера. Важливою умовою є те щоб мова доповідача була його частиною образу. Саме тому особисте знайомство й **глибокий аналіз психолінгвістичних особливостей мовлення доповідача** є запорукою успіху спічрайтера.

Безумовно, також необхідний солідний багаж знань у різних галузях, тобто по суті **основою для спічрайтингу є класична гуманітарна освіта:**

- журналістська,
- філологічна,
- історична,
- політологічна тощо.

Як уже зазначалося, спічрайтинг безпосередньо пов'язаний з такою класичною наукою, як риторика, або ораторське мистецтво. Хоча риторика прадавня дисципліна, якій присвячено безліч праць і яку вивчають майже протягом усього життя, **спічрайтинг це сучасна професія, що спирається на принципи риторики**. От чому професійний **спічрайтер має бути добре ознайомлений** з історією, законами, основними персоналіями цієї науки.

Спічрайтер-початківець може спочатку пройти практику або стажування в PR-агентстві або спеціалізованому агентстві, що займається професійним написанням промов на замовлення. Таких компаній в Україні поки що не дуже багато, але вони існують. Однак варто мати на увазі, що практика в подібному агентстві не дасть повного уявлення про роботу, оскільки промови на замовлення як приклад спічрайтингу не найвищого рівня. **Адже найважливішим моментом у роботі є безпосереднє знайомство з майбутнім промовцем, детальне й глибоке вивчення його особистісних якостей.**

Підсумовуючи підходи і вимоги до комунікативної компетенції фахівця який прагне працювати з людьми **повинен вміти говорити і писати** :

- 1) *те, що потрібно;*
- 2) *так, як потрібно;*
- 3) *там, де потрібно;*
- 4) *тоді, коли потрібно;*
- 5) *того, кому потрібно.*

У класичних підручниках вказується, що усні публічні виступи є одним з найбільш переконливих засобів комунікації, що передбачає безпосередній контакт з аудиторією. Такі виступи персоналізують організацію, сприяють двосторонньому спілкуванню оратора з аудиторією, показують "відкритість" організації, а хороший оратор може донести точку зору своєї організації до громадськості і своїм престижем підняти престиж самої організації.

Усні публічні виступи формують комунікативне середовище навколо організації, привертають до неї увагу, відновлюють в пам'яті її минулі успіхи, служать вказівкою на майбутнє. Багато дослідників сходяться в єдиній думці, що добре підготовлена і виголошена промова може вплинути на громадськість не менший ніж дорогий і тривалий PR -захід.

Цілями і мотивами публічного виступу можуть бути:

- **інформування громадськості про значну подію** в житті компанії (освоєння нової продукції або технології, розширення або скорочення виробництва з відповідною зміною чисельності робочих місць, зміною цінової або тарифної політики компанії тощо.);

- **поліпшення відносин з деякими категоріями громадськості** (власний персонал фірми, зовнішні акціонери, постачальники, споживачі, кредитори, інвестори, місцева громадськість тощо.) для досягнення кращого взаєморозуміння з окремих питань;

- спростування сформованої громадської думки.

Отже, мета публічного виступу може бути визначена як аргументований виклад позиції по якомусь конкретному питанню.

Питання для самоконтролю:

1. Вкажіть основні терміни з спічрайтингу та риторики.
2. Який існує зв'язок риторики та спічрайтингу.
3. Які основні етапи розвитку риторики як основи спічрайтингу.